



(香港秘书处)

## 行政专家组裁决

---

案件编号:	HK-2401865
投诉人:	福特汽车公司
被投诉人:	上海群穆实业有限公司
争议域名:	<fordyouth.com>

---

### 1. 当事人及争议域名

本案投诉人为**福特汽车公司**，其地址为美国密歇根州迪尔伯恩市美利坚路 1 号。

被投诉人为**上海群穆实业有限公司**，其地址为中国上海市梅家浜路 1508 弄 23 号。

争议域名为<fordyouth.com>，由被投诉人通过 eName Technology Co., Ltd, (“注册服务机构”)注册，其地址为福建省厦门软件园望海路 19 号楼之三 603。

### 2. 案件程序

- i. 亚洲域名争议解决中心香港秘书处 (“ADNDRC (Hong Kong Office)”) 在 2024 年 1 月 22 日收到投诉书。该投诉书是投诉人透过其授权代表，北京市路盛（广州）律师事务所，依照由互联网名称与数字地址分配机构 (“ICANN”) 于 1999 年 10 月 24 日批准的《统一域名争议解决政策》(《政策》)，和由 ICANN 董事会于 2013 年 9 月 28 日批准的《统一域名争议解决政策之规则》(《规则》)，与及自 2015 年 7 月 31 日起生效的《ADNDRC 关于统一域名争议解决政策之补充规则》(《补充规则》) 的规定，向 ADNDRC (Hong Kong Office) 提请之投诉。投诉人选择将本争议交由一人专家组裁决。
- ii. 2024 年 1 月 23 日，ADNDRC (Hong Kong Office) 向争议域名注册服务机构，eName Technology Co., Ltd 发出电子邮件，请其对争议域名所涉及的相关注册事项予以确认。ADNDRC (Hong Kong Office) 也确认已收到投诉书，并要求投诉人支付案件费用。
- iii. 2024 年 1 月 23 日，争议域名注册服务机构提供以下验证和信息：-

- a) 争议域名<fordyouth.com> 确认在此域名注册服务机构注册。
  - b) 争议域名的注册人或持有人是上海群穆实业有限公司。
  - c) 《政策》适用于所涉争议域名投诉。
  - d) 争议域名注册协议使用的语言为中文。
  - e) 争议域名的注册日期为 2022 年 10 月 15 日，而到期日期为 2024 年 10 月 15 日。
  - f) 争议域名在诉讼过程中将保持锁定状态。
  - g) 有关争议域名注册服务机构 WHOIS 数据库的注册信息和被投诉人的联系电邮。
- iv. 2024 年 1 月 30 日，ADNDRC (Hong Kong Office)通知投诉人的授权代表，指出投诉书存在缺陷。首先，《补充规则》已更新，并于 2023 年 8 月 21 日生效。其次，投诉书中对被投诉人的信息与注册服务机构所提供的 WHOIS 信息不符。第三，投诉书中的注册服务机构电子邮件与其实际电子邮件不同。ADNDRC (Hong Kong Office)要求授权代表在 5 个日历日之内纠正所述缺陷。
- v. 2024 年 2 月 2 日，投诉人的授权代表向 ADNDRC (Hong Kong Office)提交了修订后的投诉书。同日，ADNDRC (Hong Kong Office)通知投诉人，投诉书符合《规则》，《政策》以及《补充规则》的要求，同时告知投诉人投诉书将会转发给被投诉人，并按照《规则》和《政策》展开程序。
- vi. 2024 年 2 月 7 日，ADNDRC (Hong Kong Office)通过电子邮件向被投诉人发送了投诉书的书面通知，并告知被投诉人有责任参与强制性的解决程序，被投诉人可在 2024 年 2 月 27 日之前提交答辩书及附件。
- vii. 2024 年 2 月 28 日，ADNDRC (Hong Kong Office)确认未收到被投诉人的答辩书，并通知将指定专家进行裁决。HKIAC 随后联系了苏秋鸣先生 (Mr. Michael Soo Chow Ming)。
- viii. 2024 年 2 月 28 日，ADNDRC (Hong Kong Office)发出专家确定通知，指定苏秋鸣先生 (Mr. Michael Soo Chow Ming) 为独任专家审理本案。该专家按《规则》的规定在接受指定前向 ADNDRC (Hong Kong Office)提交书面的独立性与公正性声明。同日，案件移交专家组审理。

### 3. 事实背景

#### A. 投诉人背景

福特汽车公司成立于 1903 年，1908 年推出全球第一辆普及型汽车—T 型车，开启汽车工业革命。1913 年，投诉人创下工业史上首条流水线，使 T 型车产量达 1500 万辆，创造世界纪录。经过 100 多年的发展，投诉人已成为全球最大的汽车企业之一，业务涵盖轿车、SUV、卡车、电动车型及林肯品牌豪华车型。全球员工达 18.3 万人。

投诉人于 1913 年首次进入中国市场，1978 年设立中国事务办公室，随后在中国设立多个公司与工厂，员工近 37,000 人。其在华子公司包括福特汽车（中国）有限公司、福特汽车工程研究（南京）有限公司、福特汽车研究测试（南京）有限公司、福特汽车金融（中国）有限公司、福特汽车融资租赁（上海）有限公司、长安福特汽车有限公司、江铃汽车股份有限公司、江铃福特汽车科技（上海）有限公司等。其中，福特汽车（中国）有限公司成立于 1995 年，长期向中国消费者提供福特和林肯品牌产品和服务。

在中国，投诉人注册了多个 FORD 商标，包括但不限于：-

商标	注册号	类别	有效期
FORD	75656	12	1976 年 11 月 22 日—2026 年 11 月 21 日
	676559	12	1994 年 02 月 07 日—2034 年 02 月 06 日
	6366432	12	2010 年 02 月 28 日—2030 年 02 月 27 日
FORD	9118206	12	2012 年 02 月 14 日—2032 年 02 月 13 日
FORD	56480867	12	2021 年 12 月 07 日—2031 年 12 月 06 日

FORD 商标在全球建立了广泛的知名度和影响力。有道词典将“福特汽车公司”收录为“ford”的中文释义。搜索引擎检索结果也显示，“ford”已与投诉人及 FORD 商标形成了稳定的对应关系。在福布斯、财富、Brand Finance 等权威榜单中，投诉人均名列前茅。此外，多个 UDRP 先例也确认了投诉人及 FORD 商标的知名度。

#### B. 被投诉人背景

被投诉人并未在规定的时间内呈上答辩书。

### 4. 当事人主张

#### A. 投诉人

投诉人的主张如下：-

##### i. 争议域名与投诉人的名字及商标相同及/或混淆地相似

- a) 投诉人在中国拥有多个 FORD 注册商标，其中最早的 FORD 商标注册于 1976 年，远远早于争议域名的注册日期（2022 年）。投诉人因此就“FORD”享有在先的注册商标专用权。
- b) “.com”为通用顶级域名后缀，不起到区分争议域名和投诉人商标的作用，因而在判断投诉人商标与争议域名是否相同或混淆性近似时，无须将其纳入考量。
- c) 故此，争议域名的可识别性部分为“fordyouth”，由“ford”、“youth”组成。其中，“ford”与 FORD 商标相同，而“youth”为通用词，意为“青

年人”、“青春”等，其添加无法消除争议域名与 FORD 商标之间的混淆性相似。

- d) 此外，争议域名完整包含驰名 FORD 商标的事实，即足以证明争议域名与 FORD 商标构成混淆性相似。
- e) 因此，投诉人主张本投诉满足《政策》第 4(a)(i)条的规定，争议域名与投诉人的 FORD 商标构成混淆性相似。

## ii. 被投诉人对争议域名或者其主要部分不享有合法权益

- a) 被投诉人的企业名称为“上海群穆实业有限公司”。“FORD”并非前述企业名称的汉语拼音或英文对应。因此，被投诉人对“FORD”不享有企业名称（字号）权。
- b) 就投诉人所知，被投诉人不持有与“ford”、“fordyouth”相关的商标。投诉人从未授权被投诉人使用 FORD 商标或以其注册域名，并且被投诉人与投诉人之间不存在任何形式的许可关系。
- c) 没有证据显示被投诉人将争议域名用于善意提供商品或服务。争议域名解析至一“星豪商务车”网站，提供的汽车并非由投诉人生产。使用争议域名提供非投诉人商标的商品显然不能被视为善意提供商品或服务。
- d) 投诉人从未授权或许可被投诉人注册争议域名。即使被投诉人实际上提供了投诉人的产品，被投诉人仍不享有以 FORD 商标注册、使用争议域名的权利。
- e) 被投诉人出于不当商业目的而注册和使用争议域名，而非基于其固有的字典含义或进行描述性使用，因此不构成非商业性或合理使用。
- f) 没有证据表明被投诉人存在《政策》第 4(c)条的情形，或任何其他表明被投诉人对争议域名享有权利或合法权益的情形。投诉人已提供初步证据证明被投诉人对争议域名不享有权利或合法权益，举证责任随之转移到被投诉人。
- g) 因此，投诉人主张本投诉满足《政策》第 4(a)(ii)条的规定，被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法利益。

## iii. 被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意

- a) FORD 商标在全球享有极高的知名度，在中国具有作为驰名商标受保护的记录。自成立以来，投诉人一直持续使用和宣传 FORD 商标，发展至今已拥有庞大的用户群。在争议域名注册之前，FORD 商标已在全球享有盛誉，并在汽车行业排他性地指向投诉人及其 FORD 商标产品。

- b) 被投诉人自称为“星豪商务车”，通过争议域名网站提供一款名为“福特 Youth”的汽车。被投诉人显然属于汽车行业，因此不可能不知道投诉人和 FORD 汽车。在明知 FORD 商标且没有权利或合法利益的情况下，被投诉人仍选择将知名的 FORD 商标注册为争议域名，其目的显然是利用 FORD 商标的知名度制造初始混淆。其注册和使用行为均带有恶意。
- c) 被投诉人通过争议域名提供的汽车商品与投诉人的主营业务相同。显然，被投诉人企图通过 FORD 商标的知名度，使互联网用户错误地认为争议域名及其指向的网站在来源、赞助者、附属者等方面与投诉人有关。通过制造初始混淆，被投诉人期望将 FORD 产品的网络用户引导至争议域名网站，通过窃取流量的方式吸引用户，从而达到牟取不正当商业利益的目的。被投诉人注册、使用争议域名的行为具有恶意，破坏了投诉人的业务。
- d) 除争议域名外，被投诉人还使用 FORD 商标注册了<fordrv.cn>以提供汽车产品。显然，被投诉人具有将投诉人的 FORD 商标抢注为域名的恶意行为模式。
- e) 因此，投诉人主张本投诉满足《政策》第 4(a)(iii)条的规定，争议域名被恶意注册且正被恶意使用。

## B. 被投诉人

被投诉人并未在规定的时间内呈上答辩书。

## 5. 专家组意见

首先，专家组认定《政策》适用于本案所涉及的争议域名投诉。根据《政策》第 4(a)条规定，符合下列条件的投诉应当得到支持：

- i. 争议域名与投诉人拥有的商标或服务标记相同或极其相似，容易引起混淆；
- ii. 被投诉人不拥有对该域名的权利或合法利益；且
- iii. 被投诉人的域名已被注册并且正被恶意使用。

投诉人在行政程序中必须举证证明以上三种情形同时具备。鉴于被投诉人并未在规定的时间内呈上答辩书，专家组将仅考虑和根据投诉人所提交的信息和资料作出裁决。

### A) 关于争议域名与投诉人享有商品商标或服务商标权利的名称或者标志相同或混淆性相似

- i. 投诉人提供了充足的证据，证明其是 FORD 商标的所有人。投诉人提交了第 75656 号商标注册信息，显示 FORD 商标已于 1976 年 11 月 22 日在中国获准注册，指定于第 12 类商品，此商标已续展至 2026 年 11 月 21 日，目前均处于有效

期内。经专家组查证，在争议域名注册日以前，投诉人对 FORD 商标享有在先商标权。

- ii. 投诉人提交的五个 FORD 商标注册信息，分别对应的注册号是第 75656、676559、6366432、9118206、56480867 号。这五个商标的注册日期都早于争议域名的注册日期，2022 年 10 月 15 日。
- iii. 争议域名<fordyouth.com>完整包含投诉人 FORD 商标。根据世界知识产权组织域名争议专家组观点概览（WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition）第 1.7 段，*在域名完整包含商标，或者至少在域名中能够识别出相关商标的主要特征的情况下，该域名通常会被视为与商标存在混淆性相似。*
- iv. 专家组同意“.com”为通用顶级域名后缀，不起到区分争议域名和投诉人商标的作用，因而在判断投诉人商标与争议域名是否相同或混淆性近似时，无须将其纳入考量。参见 Lenovo (Beijing) Ltd. 诉 上海联普网络技术有限公司，（WIPO 案件编号 D2020-1518），*在判断争议域名与 LENOVO 商标是否构成相同或混淆性相似时，无须将通用顶级域名后缀“.com”纳入考量。*
- v. 专家组认同投诉人的主张，争议域名的可识别性部分为“fordyouth”，由“ford”、“youth”组成。其中，“ford”与 FORD 商标相同，而“youth”为通用词，意为“青年人”、“青春”等，其添加无法消除争议域名与 FORD 商标之间的混淆性相似。大多数专家组普遍采纳的原则是对商标添加描述性或通用性的字样，不避免域名和商标的混淆相似性。参见 Fondation Le Corbusier 诉 Monsieur Bernard Weber, Madame Heidi Weber (WIPO 案件编号 D2003-0251)。
- vi. 投诉人还提供了充分的证据证明投诉人的 FORD 商标是众所周知的，在全球已建立了广泛的知名度和影响力。因此，在争议域名中完整包含投诉人著名的 FORD 商标被认为足以引起混淆。这一原则在 Ansell Healthcare Products Inc. 诉 Australian Therapeutics Supplies Pty, Ltd. (WIPO 案件编号 D2001-0110) 中已被确认，*将投诉人著名商标完整地纳入已注册域名中被认为足以证明该域名与投诉人商标存在混淆性相似。*
- vii. 因此，专家组裁定争议域名与投诉人商标完全相同或混淆性相似，并且投诉人已满足《政策》第 4(a)(i)条的规定。

## **B) 关于被投诉人对争议域名或其大部分不享有合法权益**

- i. 投诉人并没有授权、许可或允许被投诉人注册或使用争议域名或使用其 FORD 注册商标。因此，专家组认定投诉人已提供了初步证据证明被投诉人对争议域名不享有任何权利或合法权益，从而将反驳该证明的责任转移至被投诉人。详见世界知识产权组织域名争议专家组观点概览（WIPO Overview of WIPO Panel Views on Selected UDRP Questions, Third Edition）第 2.1 段。

- ii. 《政策》第 4(c)条规定，针对第 4(a)(ii)条，如果专家组根据对其提供的所有证据的评估发现确实存在以下任意情况（特别是以下情况但不仅限于），则可表明被投诉方对该域名的权利或合法权益：
  - (i) 在接到有关争议的任何通知之前，被投诉方使用或有证据表明准备使用该域名或与该域名对应的名称来用于提供诚信商品或服务；或者
  - (ii) 即使被投诉方未获得商标或服务标记，但被投诉方（作为个人、企业或其他组织）一直以该域名而广为人知；或者
  - (iii) 被投诉方合法或合理使用该域名，不以营利为目的，不存在为商业利润而误导消费者或玷污引起争议之商标或服务标记之意图。
- iii. 专家组接纳投诉人的主张，FORD 并非被投诉人名字的一部分。被投诉人不持有与“ford”、“fordyouth”相关的商标。投诉人从未，亦不会以任何形式授权或许可被投诉人使用其 FORD 注册商标。此外，没有证据表明被投诉人存在《政策》第 4(c)条的情形，或任何其他表明被投诉人对争议域名享有权利或合法权益的情形。
- iv. 因此，专家组裁定被投诉人对域名或者其主要部分不享有合法权益，并且投诉人已满足《政策》第 4(a)(ii)条的规定。

### C) 关于被投诉人对争议域名的注册和使用是否具有恶意

- i. 《政策》第 4(b)条规定针对第 4(a)(iii)条，如果专家组发现存在以下情况（特别是以下情况但不仅限于），则可将其作为恶意注册和使用域名的证据：
  - (i) 一些情况表明，被投诉方已注册域名或已获得域名，主要用于向投诉人（商标或服务标记的所有者）或该投诉人的竞争对手销售、租赁或转让该域名注册，以获得比被投诉方所记录的与域名直接相关之现款支付成本的等价回报还要高的收益；或者
  - (ii) 被投诉方已注册该域名，其目的是防止商标或服务标记的所有者获得与标记相对应的域名，只要被投诉方已参与了此类行为；或者
  - (iii) 被投诉方已注册该域名，主要用于破坏竞争对手的业务；或者
  - (iv) 被投诉方使用该域名是企图故意吸引互联网用户访问被投诉方网站或其他在线网址以获得商业利益，方法是使被投诉方网站或网址或者该网站或网址上的产品或服务的来源、赞助商、从属关系或认可与投诉人的标记具有相似性从而使人产生混淆。
- ii. 投诉人已提供证据，展示了投诉人 FORD 商标在全球范围内的广泛存在、高度独特性和广泛认可。鉴于投诉人在全球和中国的声誉，若说被投诉人对投诉人及其 FORD 商标并不知晓，实令人难以置信。在 eBay Inc. 诉 Renbu Bai，（WIPO 案件编号 D2014-1693）曾做出裁定：*专家组认为，对于一个强势商标的知晓，无论是实际的还是推测的，都是恶意注册的证据。投诉人在全球的声誉和在互联网上的存在证明，表明被投诉人在注册争议域名之前已经或者应该已经知晓这些商标。*

- iii. 根据投诉人提出的证据，被投诉人自称“星豪商务车”，通过争议域名网站提供一款“福特 Youth”汽车。被投诉人显然同处汽车行业，因而不可能不知道投诉人和 FORD 汽车。在明知 FORD 商标不具有权利或合法利益的情况下，被投诉人仍选择将知名的 FORD 商标注册为争议域名，目的显然在于利用 FORD 商标的知名度制造初始混淆，其注册和使用行为均具有恶意。
- iv. 这个原则也在 Tencent Holdings Limited 诉 Lichangzhou，（WIPO 案件编号 D2018-1932）中，注册争议域名之时，投诉人的‘微信’商标已经在无线互联网社交媒体与综合服务领域，特别是在中国市场上，取得一定知名度与影响力。被投诉人地址位于中国湖北省，注册争议域名之时应已知晓投诉人的‘微信’商标，但是仍然注册与投诉人商标混淆性相似的争议域名，有模仿投诉人商标的嫌疑。
- v. 被投诉人通过争议域名所提供的汽车商品，与投诉人的主营业务相同。显然，被投诉人企图借助 FORD 商标的知名度，令互联网用户误认为争议域名及其指向网站在来源、赞助者、附属者等方面与投诉人具有关联。专家组得出结论认为，被投诉人意图通过将 FORD 纳入争议域名，以不当手段利用投诉人的商誉和声誉。被投诉人以恶意使用争议域名，虚假地暗示与投诉人及其 FORD 商标存在关联，故意制造互联网用户的混淆，符合《政策》第 4(b)(iv)段的含义。
- vi. 参见 Velcro BVBA 诉 Xu Jiu Qing, Xiamen Jingwe Technology Co., Ltd.（WIPO 案件编号 D2019-0363），专家组认为投诉人的 VELCRO 商标在粘扣带产品上具有极高知名度。被投诉人刻意注册完整包含有投诉人“VELCRO”商标的争议域名……并通过争议域名导向之网站借由投诉人商标出售与投诉人有竞争冲突的粘扣带产品，极其容易误导消费者。由此可见，被投诉人注册争议域名的目的是为了误导用户认为争议域名与投诉人之间存在来源、从属等方面的关系，从而混淆其与投诉人之间的区别，进而吸引用户访问争议域名的网站，被投诉人此举严重破坏了投诉人的正常业务，具有明显恶意。
- vii. 因此，专家组裁定被投诉人对争议域名的注册或者使用具有恶意，并且投诉人已满足《政策》第 4(a)(iii)条的规定。

## 6. 裁决

鉴于上述所有理由，专家组认定投诉成立。专家组裁定将争议域名<fordyouth.com>转移给投诉人。



专家组：苏秋鸣 (Michael Soo Chow Ming)  
独任专家

2024 年 3 月 13 日